

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian di Indonesia yang tidak menentu saat ini membawa banyak perubahan terutama adanya kenaikan harga yang tinggi dan berbagai macam produk dari luar yang ikut meramaikan persaingan produk di pasaran. Dengan adanya perkembangan ekonomi yang tidak menentu ini membuat setiap pelaku ekonomi menjadi kebingungan dalam menentukan harga, kualitas dan jumlah produksi. Perusahaan-perusahaan pada saat ini cenderung bersifat pasif dan memproduksi sesuai dengan permintaan pasar dan mengikuti gejolak pasaran.

Perusahaan dalam membuat produk pada kondisi saat ini harus dituntut untuk membuat produk yang mempunyai kualitas yang mampu bersaing dan juga harga yang kompetitif. Padahal produk yang berkualitas pasti biaya produksinya juga tinggi apalagi dengan adanya kenaikan harga. Untuk menekan kerugian maka harga produk menjadi mahal harganya.

Bagi konsumen harga produk yang tinggi bukan masalah asal kemampuan daya beli di masyarakat juga terjangkau. Konsumen yang membutuhkan produk tersebut cenderung mempertimbangkan kualitas produk dan kepuasan konsumen tercapai. Konsumen juga lebih mempertimbangkan trend pasar mereka akan mencari produk-produk yang sedang digemari konsumen.

Perlunya perusahaan untuk mengikuti pula pemasaran yang sedang berjalan dapat mengatasi kesulitan yang dihadapi perusahaan saat ini. Jika perusahaan ingin mempertimbangkan hidupnya maka harus dapat bersaing dengan sehat agar tidak kehilangan pasar atau konsumen dan perkembangan yang terjadi. Trend produk lebih banyak diminati konsumen. Begitu juga dalam industri fashion, konsumen akan memilih produk fashion yang lagi trend membawa kepuasan yang tersendiri. Konsumen akan merasa percaya diri dan dapat dikategorikan sebagai manusia yang dapat mengikuti perkembangan mode perlunya perusahaan agar mampu membaca selera konsumen. Jika perusahaan mampu mengikuti selera konsumen dalam pemasaran produknya akan mudah, hal itu sangat berpengaruh pada tingkat perusahaan.

Atas dasar pertimbangan-pertimbangan tersebut di atas penulis memberikan judul : “ANALISA PENGARUH PERKEMBANGAN MODE, CORAK DAN WARNA PAKAIAN TERHADAP FREKUENSI PEMBELIAN PADA TOKO DUTA MODE DI SURAKARTA”.

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh perkembangan mode, corak dan warna pakaian terhadap Frekwensi pembelian?
2. Faktor mana yang lebih dominan berpengaruh antara perkembangan mode, corak dan warna pakaian terhadap frekwensi pembelian.

C. Tujuan Penelitian

Ada tujuan penulis mengadakan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh antara faktor perkembangan mode, corak dan warna pakaian terhadap frekuensi pembelian di toko Duta Mode Surakarta.
2. Untuk mengetahui faktor mana yang lebih dominan berpengaruh antara perkembangan mode, corak dan warna pakaian terhadap frekuensi pembelian.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini dapat memberikan mafaat kepada :

1. Bagi toko Duta Mode

Sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen dalam mengambil keputusan dan menetapkan kebijaksanaan penambahan produk.

2. Bagi Peneliti

Diharapkan peneliti dapat mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh suatu perusahaan, serta dapat menerapkan teori-teori yang pernah peneliti peroleh dalam bangku perkuliahan.

3. Bagi pihak lain

Diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak lain yang ingin mempelajari tentang pemasaran perusahaan.

E. Sistematika Penelitian

Dalam penelitian ini, yang merupakan laporan dari hasil penelitian, direncanakan terdiri dari lima bab, yang masing-masing bab berisi :

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan teori tentang pemasaran

Dalam bab ini memuat teori-teori yang mendasari masalah yang diteliti yang terdiri dari pengertian pemasaran, manajemen pemesanan, konsep pemasaran, perilaku pemasaran, faktor-faktor yang mengetahui perilaku konsumen, pengertian sikap, proses pengambilan keputusan.

BAB III : Metodologi Penelitian

Dalam bab ini memuat kerangka , hipotesis, rencana analisis seras data dan sumber data yang digunakan.

BAB IV : Analisis Data dan Pembahasan

Bab ini terdiri dari gambaran umum perusahaan, data-data yang diperoleh, hasil analisis dan pembahasannya

BAB V : Penutup

Bab ini merupakan akhir penelitian, penulis membuat kesimpulan dari hasil analisa kemudian memberikan saran atau masukan mengenai sesuatu hal yang dapat berguna demi kemajuan perusahaan untuk masa yang akan datang.

Daftar Pustaka